

ABSTRAK

Fahmi, NIM 105651101719, Judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk HNI HPAI Di Desa Bulogading, Kecamatan Bontonompo, Kabupaten Gowa”, (dibimbing oleh Muhammad Yahya dan Arni).

Tujuan penelitian ini adalah, untuk menjelaskan Strategi Komunikasi pemasaran produk HNI di Desa Bulogading, yang dilakukan oleh Distributor Center HNI HPAI desa Bulogading. Jenis penelitian yang penulis gunakan, adalah jenis penelitian kualitatif. Pengolahan data dilakukan secara deskriptif kualitatif, kemudian diuraikan serta melakukan klasifikasi terhadap aspek masalah tertentu dan memaparkan melalui kalimat yang efektif. Tempat penelitian adalah pada wilayah desa Bulogading. Sedangkan waktu penelitian dilakukan mulai dari bulan Juni sampai dengan Juli 2023. Teknik pengumpulan data yang berkenaan dengan penelitian ini penulis menggunakan jenis pengumpulan data Wawancara. Untuk teknik analisis data, penulis menggunakan teori dari, Miles dan Huberman. Adapun teknik penjamin keabsahan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi.

Hasil Penelitian yang diperoleh yaitu, Strategi Komunikasi Pemasaran Produk HNI HPAI Di Desa Bulogading, memanfaatkan keberagaman strategi komunikasi untuk menarik konsumen dalam pemasarannya, selain strategi komunikasi pemasaran produk yang digunakan, HNI HPAI juga melakukan pengembangan dan inovasi yang melahirkan produk produk terbaru, selanjutnya Distributor Center HNI HPAI Halal Mart desa Bulogading melakukan strategi harga, dengan setiap produk memiliki harga yang sama disetiap tingkatan agenstoknya, dan juga memiliki harga yang sama di tingkatan konsumen umum. Lalu, Distributor Center HNI HPAI Halal Mart Desa Bulogading dalam strategi tempat tidak diharuskan memiliki tempat baik itu toko/ruko yang berlokasi di pinggir jalan raya, layaknya BC, dikarenakan perusahaan tidak mengharuskan bagi DC, untuk hal tersebut. Dan dalam strategi komunikasi pemasaran atau Promosi, Distributor Center HNI HPAI Halal Mart desa Bulogading, melakukan promosi dari rumah ke rumah secara tatap muka atau dari mulut ke mulut dan melalui media sosial, baik *whatsapp*, maupun *facebook*, dalam sebagian besar strategi pemasarannya Distributor Center HNI HPAI Halal Mart Desa Bulogading hanya mengadopsi Strategi komunikasi Pemasaran dari perusahaan induk HNI HPAI.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran